

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 338.242.4

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS: THEORETICAL ASPECTS AND PRACTICAL REALIZATION IN THE ECONOMY OF UKRAINE

Біла І.С.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної теорії,
Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова

Красман Н.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної теорії,
Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова

Статтю присвячено теоретичним та практичним аспектам розвитку соціальної відповідальності бізнесу як показника розвиненості суспільства і результату становлення соціально орієнтованої ринкової економіки. Автори визначають зміст механізму соціальної відповідальності бізнесу як спосіб досягнення суб'єктами господарювання суспільних цілей або поєднання суб'єктів, об'єктів, напрямів, принципів, цілей та її інструментів. Проаналізовано стан розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні, виділено низку проблем її формування та розвитку у вітчизняній економіці. Останнє призводить до думки про необхідність підтримки соціальної відповідальності бізнесу в Україні з боку держави як ефективної та доцільної форми поведінки для вітчизняного підприємництва. У статті пропонуються шляхи активізації зусиль держави в означеному напрямі.

Ключові слова: бізнес, соціальна відповідальність бізнесу, механізм соціальної відповідальності бізнесу, держава.

Данная статья посвящена теоретическим и практическим аспектам развития социальной ответственности бизнеса как показателя развитости общества и результата становления социально-ориентированной рыночной экономики. Авторы определяют содержание механизма социальной ответственности бизнеса как способ достижения субъектами хозяйствования общественных целей или сочетание субъектов, объектов, направлений, принципов, целей и ее инструментов. Проанализировано состояние развития социальной ответственности бизнеса в Украине, выделен ряд проблем ее формирования и развития в отечественной экономике. Последнее приводит к мысли о необходимости поддержки социальной ответственности бизнеса в Украине со стороны государства как эффективной и целесообразной формы поведения для отечественного предпринимательства. В статье предлагаются пути активизации усилий государства в рассматриваемом направлении.

Ключевые слова: бизнес, социальная ответственность бизнеса, механизм социальной ответственности бизнеса, государство.

This article is devoted to theoretical and practical aspects of the development of social responsibility of the business as an indicator of the development of society and the result of the formation of a socially oriented market economy. The authors determine the content of the mechanism of social responsibility of the business as a way to achieve the objectives of economic entities or a combination of subjects, objects, directions, principles, goals and tools. The state of development of social responsibility of business in Ukraine is analyzed, a number of problems of its formation and development in the domestic economy are highlighted. The latter leads to the idea of the need to support the social responsibility of business in Ukraine by the state as an effective and expedient form of behavior for domestic business. The article proposes ways to intensify the efforts of the state in the aforementioned direction.

Keywords: business, social responsibility of business, mechanism of social responsibility of business, state.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Соціальна відповідальність бізнесу як особливий вид суспільних відносин і результат розвитку соціально орієнтованої економічної системи є важливим показником зрілості суспільства. Трансформації, які відбуваються у вітчизняній економіці у цілому та підприємницькому секторі зокрема, вимагають від суб'єктів господарювання обрання такої стратегії теперішнього і майбутнього розвитку, яка б урахувала інтереси всього суспільства – домогосподарств, підприємств, держави – та гармонізувала діяльність щодо дотримання наявних міжнародних стандартів і норм життя суспільства в глобалізованому світі.

Однак означена проблема є нерозв'язаною без дотримання концепції соціальної відповідальності бізнесу. Наявність девіацій у розвитку соціальної відповідальності в Україні підвищує актуальність дослідження її теоретичних аспектів та практичної реалізації для економічної науки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання

даної проблеми і на які спираються автори. Проблематика соціальної відповідальності бізнесу є об'єктом дослідження як зарубіжних, так і вітчизняних учених-економістів. Серед відомих дослідників проблематики варто назвати З. Варналія, О. Гришнову, П. Друкера, Е. Карнегі, І. Комарницького, Е. Лібанову, В. Марченко, С. Мельника, Ф. Котлера, В. Осецького, Р. Оуена, М. Портера, Н. Резнік, Т. Самофалова, Т. Смовженко, Н. Супруна, М. Фрідмена та ін. У роботах цих дослідників висвітлено фундаментальні основи сутності, форм прояву соціальної відповідальності бізнесу, доведено її необхідність для ефективного функціонування економіки, розглянуто питання управління соціальною відповідальністю, висвітлено деякі практичні аспекти її розвитку в Україні, запропоновано заходи з упровадження концепції соціальної відповідальності бізнесу у вітчизняній економіці тощо.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Однак, незважаючи на значну кількість опублікованих праць та їх наукову цінність, мало теоретичних та практичних аспектів подальших наукових досліджень. Останнє стосується систематизації підходів до змісту механізму соціальної відповідальності бізнесу, виявлення вигод, які отримують як підприємства, так і держава, ідентифікація проблем її розвитку і шляхів їх вирішення в Україні.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Отже, основна мета статті – дослідити теоретичні аспекти та практичну реалізацію соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) в економічній науці є досить визначеною

категорією. Так, на думку О. Грішної, СВБ – це діяльність, в якій використовуються лише такі способи отримання прибутку, які не завдають шкоди людям, природі та суспільству [1, с. 6]. Ф. Котлер розглядає СВБ як просування практик відповідального бізнесу, що приносять користь бізнесу і суспільству та сприяють соціальному, економічному та екологічно стійкому розвитку шляхом максимізації позитивного впливу бізнесу на суспільство і мінімізації негативного [2, с. 23]. Н. Супрун зазначає, що СВБ являє собою довгострокове зобов'язання компанії щодо етичного ведення бізнесу та сприяння економічному розвитку підприємства, громади і суспільства у цілому [3, с. 72]. Як бачимо, і з цим варто погодитися, вчені трактують СВБ як відповідальність суб'єкта господарювання за суспільну корисність своєї діяльності.

Цікавою є думка Н. Резнік, на думку якої СВБ варто розглядати у двох вимірах: по-перше, як обов'язок особистості, системи управління підприємством, організації, державної структури приймати рішення і діяти так, щоб підвищувати рівень добробуту, відповідати інтересам як суспільства, підприємства, громади, так і кожної окремої людини, що відображає етико-моральний аспект суспільних відносин; по-друге, як універсальну форму зв'язку і взаємозалежності особистості, держави та суспільства, їх спроможності дати оцінку наслідкам своєї діяльності для сталого суспільного розвитку, що відображає ціннісно-правовий аспект суспільних відносин. Отже, СВБ є, з одного боку, вчинками та заходами, яких ніхто не вимагає й які не надають підприємству відчутної користі чи прибутку, а з іншого – є оптимальним варіантом взаємоузгодженості інтересів, прав та обов'язків суб'єктів, способом взаємного обмеження їхніх дій [4, с. 298].

Доцільним є визначення СВБ у Стратегії сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 р., за якою під нею варто розуміти добровільну діяльність підприємств, спрямовану на дотримання високих стандартів господарської діяльності, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє природне середовище для вирівнювання наявних економічних і соціальних диспропорцій; створення партнерських взаємовідносин між бізнесом, суспільством і державою; поліпшення результативності бізнесу в довгостроковому періоді [5].

Розглядаючи СВБ, на наше переконання, варто визначити її механізм. Під механізмом розуміють спосіб досягнення поставлених цілей або сукупність засобів, за допомогою яких вони досягаються. Під механізмом СВБ надалі будемо розуміти спосіб досягнення суб'єктами господарювання суспільних цілей або ж поєднання суб'єктів, об'єктів, напрямів, принципів, цілей та інструментів СВБ.

Суб'єктами СВБ, на думку багатьох учених, є держава та підприємницький сектор, взаємодія яких має ґрунтуватися на партнерських, паритетних засадах для забезпечення суспільного добробуту. Своєю чергою, об'єктами СВБ є суспільство в тих його проявах і сферах, які знаходяться під впливом бізнесової діяльності, наприклад у сфері охорони довкілля, у сфері забезпечення внеску в розвиток суспільства, у сфері корпоративних і трудових відносин тощо.

Відповідно до європейської практики, СВБ поширюється на сім напрямів: дотримання прав людини; дотримання вимог законодавства; ділова та корпоративна етика; захист навколишнього природного середовища; співпраця із заінтересованими сторонами: співробітниками, споживачами, акціонерами, громадою, суб'єктами господарювання; дотримання міжнародних норм поведінки; прозорість та підзвітність [5].

Базовими принципами СВБ є: якісне забезпечення потреб споживачів; неухильне виконання вимог законодавства (трудового, екологічного, своєчасної сплати податків і зборів до бюджетів усіх рівнів); чесна конкуренція; дотримання загальноприйнятих морально-етичних норм; протидія корупційним проявам і легалізації доходів, отриманих незаконним шляхом; дотримання гендерної рівності [5].

Цілями соціальної відповідальності бізнесу є: забезпечення конкурентоспроможності національної економіки, стабільність внутрішнього ринку та підвищення ефективності його функціонування, формування сучасного інструментарію впливу держави на соціально-економічні процеси, розвиток корпоративної культури та економічного мислення, раціональне використання ресурсів та зменшення соціальної напруги в суспільстві.

Найпоширенішими інструментами СВБ є:

- корпоративне управління – це процес забезпечення контролю над діяльністю компанії із боку акціонерів;
- соціальна звітність і верифікація – це процес оприлюднення звітів із СВБ, соціальних та екологічних аспектів діяльності господарюючого суб'єкта як фактор досягнення більшої прозорості у взаємовідносинах з іншими економічними суб'єктами;
- добродійність – надання безкорисливої (безоплатної або на пільгових умовах) допомоги тим, у кого є потреба;
- соціально відповідальні програми – фінансові, організаційні інвестиції, або будь-які інші матеріальні кошти, що можуть сприяти розвитку суспільства у цілому;
- соціально відповідальний маркетинг – напрям, який реалізується в декількох видах: благодійному маркетингу, просуванні соціально значимої проблеми, корпоративному соціальному маркетингу;
- соціальне підприємництво – це система господарювання, складниками якої є соціальні

підприємства, соціально орієнтовані суб'єкти підприємництва, діяльність яких спрямована на досягнення добробуту територіальних громад (соціальні, екологічні й етичні цілі) шляхом використання системного взаємозв'язку розвитку соціального підприємництва та розвитку регіональної економіки;

- інновативні товари та послуги – це послуги та товари, які допомагають подолати певні соціальні проблеми та створити нові можливості для людей, які не мали таких можливостей раніше.

Механізм соціальної відповідальності бізнесу є способом реалізації теоретичної концепції соціальної відповідальності бізнесу та несе в собі низку вигод як для самих економічних суб'єктів, так і для держави у цілому. Серед них:

- формування ефективних механізмів соціального діалогу між усіма економічними суб'єктами: домогосподарствами, підприємствами та державою;
- підвищення конкурентоспроможності як окремих підприємств, так і національного підприємницького сектору;
- полегшення інтеграції до світового глобалізованого простору;
- поліпшення ефективності процесів виробництва, управління та збуту продукції, що зумовлене необхідністю знаходження найоптимальніших способів використання ресурсів підприємства;
- підвищення продуктивності праці та мотивації працівників, оскільки турбота про суспільство та громадян трансформується в турботу про працівників, які, своєю чергою, є членами суспільства;
- поліпшення ділової репутації компанії, транслювання її відповідального ставлення до споживачів, конкурентів, довкілля, ресурсів тощо, що значно диверсифікує ризики втрати постачальників ресурсів, частки ринку, можливостей доступу до нових ринків збуту та ін.;
- надання населенню певних суспільних благ, які немає можливості надати держава, тощо.

Однак, як цілком вірно, на нашу думку, зазначає О. Головінов, є й протилежний бік означених вигод, який проявляється у тому, що СВБ скорочує шанси підприємства на досягнення фінансового успіху, обмежує можливість отримання прибутку, що суперечить головній меті підприємницької діяльності – його максимізації [6, с. 190]. Варто зазначити, що втрата прибутку, як свідчить досвід іноземних країн, є явищем скоріш короткостроковим, оскільки реалізація принципів СВБ у довгостроковому періоді має значний позитивний вплив на фінансові можливості підприємства.

Соціальна відповідальність бізнесу в Україні знаходиться на стадії формування. У вітчизняній економіці більшість підприємств не має власної стратегії соціальної відповідальності, незважаючи на існування правового поля (Кон-

ституція України, Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 р., Закон України «Про соціальний діалог в Україні» та ін.) та реалізацію поодиноких добродійних проєктів.

Економіка України характеризується наявністю великих корпоративних структур, які володіють відповідними ресурсами та потенціалом конкурентоспроможності, необхідними для здійснення соціальних інвестицій. Саме ці підприємства, посилюючи свої позиції на регіональних та галузевих ринках, займаючи монополіне становище, маючи високий рівень захисту від конкурентів та значні фінансові можливості, є суб'єктами реалізації соціально відповідальних проєктів, серед яких – «Інтерпайп», «Воля», Telenor (яка тримає контрольний пакет акцій компанії «Київстар», «Інфопульс», «Міратек») та ін.

В Україні, СВБ, на думку О. Головінова, має різні прояви, які визначаються положенням підприємства на ринку, характером зв'язків з іншими підприємствами та органами влади тощо. Перша форма, що є класичною, пов'язана з прагненням підприємства реалізувати повноцінне соціальне партнерство. Така форма СВБ більшою мірою характерна для підприємств, які зосереджені на виробництві та збуті товарів за кордон. Друга форма СВБ пов'язана з прагненням отримати різного виду привілеї за реалізацію соціально відповідальних проєктів. Третя форма СВБ характеризується наявністю певного примусу, за якого СВБ реалізується через обов'язкову благодійність. Ця форма є проявом угод між підприємствами та державними владними структурами. Четверта форма характерна для містоутворюючих підприємств, які змушені проявляти соціальну відповідальність для подовження роботи підприємства та вирішення проблем місцевого характеру [6, с. 189–190]. Означені форми соціальної відповідальності ще раз підкреслюють разовий характер реалізації соціальних проєктів без бажання, можливостей та бачення перспектив довгостроковості такої поведінки. Все вищезазначене зумовлене наявністю багатьох проблем формування та розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Серед них варто вказати на такі:

- низький рівень підприємницької культури та усвідомлення важливості підприємництва для розвитку економіки, несформованість раціональних способів поведінки господарюючих суб'єктів, що підвищує їх фінансову нестабільність та спрямованість наявних стратегій поведінки на виживання;
- неготовність бізнесу до налагодження діалогу із суспільством та участі в житті громади, небажання бути її частиною та брати на себе роль спонсорів та благодійників;
- правовий нігілізм і наявність деформованої правової свідомості, направленої на прагнення обійти законодавчу базу та ухилитися від відповідальності за її недотримання;

- корупція та хабарництво в органах державної влади, які дестимулюють підприємницький сектор здійснювати інвестиції в соціальну сферу, яка контролюється державою;

- непрозорість «правил гри» на більшості вітчизняних ринків і, як наслідок, «закритість» більшості суб'єктів господарювання та інформації про їх діяльність для громадськості;

- неадекватна система податкового навантаження, яка формує підґрунтя для значної тінізації економіки, ухилення від сплати податків, а не для виконання своїх соціальних функцій у суспільстві;

- відсутність достатньої практики реалізації соціально відповідального бізнесу для формування довгострокової стратегії соціальної відповідальності бізнесу та ін.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, розвиток СВБ в Україні потребує підтримки з боку держави, в основі якої має бути закладена думка про визнання СВБ як ефективної, доцільної та необхідної форми поведінки для вітчизняного бізнесу. Першочерговими заходами в даному напрямі, на наше переконання, повинні стати:

- зміцнення суспільної свідомості щодо важливості СВБ для розвитку вітчизняної економічної системи, його перетворення на складник соціальної політики держави та формування активної соціальної позиції підприємців;

- формування єдиних правил ведення бізнесу виключно як соціально орієнтованого та відповідального перед працівниками та суспільством у цілому;

- забезпечення ефективної законодавчої та інституціональної бази розвитку СВБ через використання чіткого понятійного апарату, єдиних критеріїв оцінки СВБ, форм його застосування і запровадження світових практик інституціональної підтримки СВБ;

- подолання проявів корупції через створення механізмів суспільного контролю дотримання взятих зобов'язань та відповідальності за їх невиконання, а також за рахунок розширення інформаційного простору оприлюднення результатів соціальної діяльності підприємств і контролю дотримання етичних норм ведення бізнесу;

- «демонтаж» податкової системи через використання податкових преференцій на реалізацію соціальних проєктів, створення для великого бізнесу сприятливих умов інвестування коштів у соціальні проєкти на противагу виведенню в офшорні зони;

- використання світових практик проведення змагань, конкурсів, грантів, нагород у сфері соціальної відповідальності бізнесу та ін.

Зазначені заходи сприятимуть виникненню об'єктивної потреби не лише суспільства, а й самих господарюючих суб'єктів у веденні СВБ, пам'ятаючи про національний менталітет та сучасний рівень соціалізації економіки України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Грішнова О. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, значення, стратегічні напрями розвитку в Україні / О. Грішнова // Україна: аспекти праці. – 2010. – №. – С. 3–8.
2. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Н. Лі. – К. : Стандарт, 2005. – 302 с.
3. Супрун Н.А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку / Н.А. Супрун // Економіка та прогнозування. – 2009. – № 3. – С. 71–74.
4. Резнік Н. Соціальна відповідальність бізнесу: сутнісно-теоретичні аспекти / Н. Резнік // Журнал європейської економіки. – 2014. – № 3. – Т. 3. – С. 296–304.
5. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf.
6. Головінов О.М. Соціальна відповідальність бізнесу: українські реалії і проблеми / О.М. Головінов // Економічний вісник Донбасу. – 2014. – № 2(36). – С. 187–192.